

## Tóth János: Platform-imperializmus a tudományokban és a közösségi médiában: Esettanulmány az európai népszavazásokról alkotott szövegekből 2010 és 2017 közt

### Hivatkozás/reference:

Tóth János, „Platform-imperializmus a tudományokban és a közösségi médiában: Esettanulmány az európai népszavazásokról alkotott szövegekből 2010 és 2017 közt”, *Információs Társadalom*, XVIII. évf. (2018) 2. szám, 77–97. old.  
<http://dx.doi.org/10.22503/infars.XVIII.2018.2.5>

## Információs Társadalom

Kekesi Balázs – Farkas Attila Márton  
A sikert jelnyelv jelentősége a kommunikációs kultúra átalakulásának tükrében

Bátfai Norbert  
A játékok és a mesterséges intelligencia mint a kultúra jövője – egy kísérlet a szubjektivitás elméletének kialakítására

Dessewffy Tibor – Gurály Sára – Mezei Mike  
Veszedelem viszonyok? Egy online botrány elemzése

2018. XVIII. évfolyam 2. szám

A kutatás során az európai népszavazások tudományos folyóiratokban és a szociális médiában megjelent médiareprezentációinak geográfiai eloszlását vizsgálom. A vizsgálatot egy 85 Scopus-indexált, európai első vagy egyszerűs, 2010 és 2016 közt megjelent, népszavazásokra fókuszáló cikkből, valamint több mint 70 ezer, a 2017-es Katalán Függetlenségi Népszavazáshoz kapcsolódó szociális média említésből álló mintán végeztem el. Az eredményeket az információs- és a platform-imperializmus elméleti keretein belül értelmezem. Első lépésben bemutattam, hogy az európai népszavazások médiareprezentációja során alkotott szövegek nyugati vállalatok tulajdonában lévő platformokon jelennek meg, és ezeken keresztül fejtik ki hatásukat; mind a tudományos, mind pedig a szociális média platformok esetében. E szövegek presztízse és elérése elválaszthatatlanul és tartalomtól függetlenül összefonódik a közvetítésükre használt platformmal, megmutatva, hogy a technológiailag mediált tér felosztásában néhány erős nyugati ország transznacionális cégeinek dominanciája érvényesül. A tudományos szövegek esetében ez a dominancia plurálisabb, megosztottabb: az észak-amerikaiak mellett a nagy akadémiai kereskedelmi kiadók közt jelentős nyugat-európai szereplők is megtalálhatóak, az indexáló szolgáltatások esetén pedig 2016-tól jelentős ázsiai érdekltségekről is beszélhetünk. A szociális média említések esetében ellenben az egyesült államokbeli platformok eltérhetetlen hegemoniájával találjuk szemben magunkat, amik totálisan uralják a közönséghez vezető csatornákat.

**Kulcsszavak:** platform-imperializmus, tudományos imperializmus európai népszavazások, térbeli tudásmetria, említéselemzés

### Platform-imperialism in science and social media: A case study of texts produced on European referendums between 2010 and 2017

In this research I examine the geographical distribution of media representations of European referendums published in scientific journals and social media. The examination was conducted on a sample consisting of 85 SCOPUS-indexed articles with European first or single authors focused on referendums and published between 2010 and 2016, and of more than 70k social media mentions of the Catalan independence referendum of 2017 from the same year. I interpreted the results within the theoretical framework of information- and platform imperialism. At first, I demonstrated that texts crafted for the media representation of European referendums are published on, and exert their influence through platforms owned by Western companies; both in the case of scientific and social media platforms. The prestige and reach of these texts are inseparably interwoven with the mediating platform, showing that transnational companies from a few Western countries dominate the division of the technologically mediated space studies during the research. In the case of scientific texts, the dominance is more diverse and plural. Besides big North-American players, there are major commercial academic publishers from Western Europe, and if abstracting and indexing services are considered then it can be observed that Asia has had a significant share in this business, at least since 2016. However, when social media references are considered an unmistakable hegemony of platforms from the United States, totally dominating audience reach can be observed.

**Keywords:** platform-imperialism, science imperialism, European referendums, spatial scientometrics, mention analysis

A folyóiratban közzétett művek a *Creative Commons* Nevezd meg! - Ne add el! - Így add tovább! 4.0 Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.

## Platform-imperializmus a tudományokban és a közösségi médiában: Esettanulmány az európai népszavazásokról alkotott szövegekből 2010 és 2017 közt<sup>1</sup>

### Bevezetés

Leninnel nyitni egy cikk első mondatában, főleg a kortárs magyar olvasóközönségnek szánt írásban legalábbis gyanús. Részben azért, mert Lenint ma már nem annyira tudóseemberként mint inkább terror-ideológusként ismerjük, de leginkább azért, mert arra asszociáltat, hogy a cikk szerzője jobb esetben egy kritikai, hegemonia-, privilégium- és kapitalizmus-ellenes protest felvezetését végzi (rosszabb esetben pedig, hogy évtizedek óta nem olvasott semmi újat). Vlagyimir Iljics Leninnek, pontosabban az ő Marxtól merítő imperializmus-tézisének azonban jelentős hatása van arra, ahogyan ma a társadalomkutatás kritikai hagyományban az információs társadalom szerkezetéről és fejlődéséről gondolkodnak, éppen ezért a fent említett előképeknek és a hozzá kapcsolódó a priori értékeléseknek nem szabadna befolyásolni egy ilyen vizsgálatot.

A digitális világra vonatkozó vizsgálatok megkezdése előtt tehát érdemes leszögezni, hogy a „poros, elavult marxista-leninista tézisek” képe nélkülözi azt a valóságálapot, amelyre hivatkozva el lehetne tekinteni tőlük a társadalomelméletekben, vagy akár az empirikus társadalomkutatásokban. Evidenciájának okán inkább csak áttekintő jelleggel kitérve rá; a II. világháború utáni európai baloldali gondolkodás történetéből kimutatható a marxista-leninista gondolatrendszer fejlődése: nem csak a hatalommal szembeni emberi viselkedésre kínál alternatívát, de ezzel olyan alapvető marxista kategóriákat is képes volt radikálisan megújítani, mint a munka vagy a forradalom. Több, mint egy évtized elteltével visszatekintve az autonomista poszt-marxizmus 2000-es évek elején született kulcsszövegeire (Hardt és Negri 2000, Terranova 2000, Holloway 2002), a prosumer tartalmak, a digitális aktivizmus vagy éppen az internet demokratizáló hatásának kutatói is merítettek és meríthetnek azokból az alapvető posztmarxista gondolatokból, melyek

- a hatalom által fixált identitások elvetését és a hatalom megtagadásának közösségét hangsúlyozzák;
- kritizálják és lényegében elvetik annak ötletét, hogy a kapitalista intézményeket meg kellene dönteni, el kellene foglalni vagy fel kellene használni a társadalmi változások elérése érdekében;
- a digitális tartalmak jelentős részét olyan „ingyenmunka” eredményének tartják, melyek megtermelését követően a munkát végzőket nem kompenzálják, munkájukat kihasználják;
- a szocializmus és az emberi öntevékenység közti kapcsolatra fókuszálnak.

A cikkben ezeket a posztmarxista gondolatokat fogom alkalmazni a tudománytermelés digitális színtereire, folyamatára és eredménytermékeire vetítve. Kiindulópontnak a „platform-imperializmus” korábban már vizsgált, aszimmetrikus függőségi hálózatát veszem.

<sup>1</sup> A mű a KÖFOP-2.1.2-VEKOP-15-2016-00001 azonosítószámú, „A jó kormányzást megalapozó közszolgálat-fejlesztés” elnevezésű kiemelt projekt keretében működtetett Egyed István Posztdoktori Program keretében, a Nemzeti Közszolgálati Egyetem felkérésére készült.

## Platform-imperializmus a tudományos publikációk piacán

A platform-imperializmus egyrészt empirikus adatokra támaszkodva *leírja* annak jelenségét, hogy nyugati, elsősorban egyesült államokbeli platformok – olyan, általában dizájnolt és felhasználóbarát kezelőfelülettel rendelkező, a felhasználó és a tartalom közt mediáló, testreszabható szoftveres keretrendszerek, melyek a pusztán közvetítés mellett a társadalmi cselekvések alakítására is képesek (lásd Bogost és Monfort 2009, Gillespie 2010, Apperley, és Parikka 2015) – dominálják a digitális gazdaságot és az interneten megjelenő tartalmakat.

Másfelől *magyarázza* azt, hogy az internetes technológiában rejlő egyes demokratizációs lehetőségek miért megvalósíthatatlanok globálisan: amíg a közösségi médiában a Google, a Facebook, a Twitter és az Apple (a nevek itt nem csak egy-egy kereső-, közösségi média- vagy számítógépmárkát, hanem a digitális tartalomközvetítés szinte teljes palettáját lefedő vállalatbirodalmakat is jelölnek), a netes televíziózásban a Netflix, az Amazon és a HBO az Egyesült Államok hegemoniáját nyilvánítják meg a digitális kapitalista világ gazdaságban, addig a nem nyugati országok szinte egyáltalán nem fognak szerepet kapni a digitális világ releváns, az emberek mindennapi életét alakító tartalmak kialakításában, és a nyugati szövetséges országoknak is legfeljebb mellékszerepek jutnak. Ennek megfelelően nem indokolatlan azt mondani, hogy a nyugati imperializmus – melyet Lenin a mono- és oligopóliumok megjelenésével és azoknak a világ egymás közti felosztásával jellemzett a marxi időkből érvényes szabad versenyű kapitalizmushoz képest – a digitális korban oligopolisztikus piacon, mono- és oligopol vállalatok által birtokolt tartalommediáló platformokon keresztül folyik (Jin 2013 és 2015, Cunningham és Craig 2016). Ennek gazdasági, politikai és kulturális hatásai szerteágazóak, de nem hasonlíthatók ahhoz a kontrollhoz, amit a tömegmédiában korábban gyakoroltak a médiatulajdonosok a kultúra áramlása felett: a kontroll abban az időben egyaránt volt termelési és disztribúciós, míg a digitális platformok elsősorban disztribúciós kontrollra alkalmasak.

A tudományos publikációk piacán nagyon hasonló a helyzet: empirikus adatok alapján kimondható, hogy néhány nagy, oligopol helyzetben lévő nyugati kereskedelmi kiadó kezében összpontosul a tudományos szakcikk és monográfiák termelése (Ware és Mabe 2012, Larivière et. al 2015) de ők tulajdonképpen csak egy előszűrést jelentenek a publikált tartalomhoz: az igazi közvetítői, és ekképp kommunikációs hatalom a – szintén nyugati tulajdonú – indexáló szolgáltatások kezében van. Az olyan tudományos platformok, mint a Clarivate Analytics-féle Web of Science vagy az Elsevier kezében lévő SCOPUS<sup>2</sup> a világ minden táján sztenderdnek és megkerülhetetlennek számítanak a tudományos kutatómunkához, hiányuk – illetve az előfizetéshez szükséges pénz hiánya például egy felsőoktatási intézmény költségvetéséből – komoly versenyhátrányt jelent.

<sup>2</sup> A regionális kötődés a Scopus esetében egyszerűen azonosítható. 1992-ben a brit Reed International és a holland Elsevier összeolvadásával létrejövő Reed-Elsevier (2015-től Relix Group) birtokolja. A Web of Science – a vizsgált időszakra is érvényesen – kanadai tulajdonosokhoz volt köthető, de ez a kép mára megváltozott: a kanadai Thomson Corporation 2008 áprilisában vásárolta meg a brit Reuters Groupot, amivel összeolvadva megalakult a Thomson Reuters, és a Web of Science 2008 és 2016 között kanadai tulajdonban volt. A cég viszont 2016-ban magántőke-befektetési alapoknak eladta a Web of Science-t is tartalmazó Intellectual Property and Science üzleti divízióját. Az új tulajdonosok: az Onex Corporation (CA) és a Baring Private Equity Asia (egy Hong-Kong-i bejegyzésű, de pán-ázsiai transznacionális vállalat), a megvett üzletrészből új céget hoztak létre Clarivate Analytics néven. A Web of Science tehát kikerült a kizárólagos nyugati érdekkörből; az azonban, hogy ennek lesz-e hatása például az újonnan indexált folyóiratok és tudományos tartalmak regionális kötődésére, csak későbbi kutatásokból derülhet ki.

Ennek megfelelően a kutatói identitás meghatározásában az indexáló szolgáltatásoknak szintén megkerülhetetlen szerepe van: a tudományos karrier belépődíja a PhD fokozat megszerzésével, illetve további állomásai a legtöbb helyen indexált publikációk meglétéhez kötődik. A kutató megbecsültsége és javadalmazása (a karrierlépcsőkhöz tartozó fizetési fokozatokon keresztül a pályázatok és ösztöndíjak odaítélésén át egészen a kifejezetten az indexált publikációk termelését ösztönző eseti javadalmazásokig) áttételesen szintén függ az ilyen platformokon átszűrő digitális jelenlétével, csakúgy, mint a szakmán belüli (felkérésekben, meghívásokban és egyéb együttműködésekben, de akár a reputációját szintén befolyásoló informális beszélgetésekben is megnyilvánuló) elismertsége.

Tulajdonképp egy olyan helyzet áll most fenn, hogy teljesen elfogadott egy kutatói munkásságot vagy kutatói identitást a Scopus és/vagy a Web of Science megfelelő adatbázisaiban való jelenlét mértékének megfelelően minősíteni anélkül, hogy a közölt tudományos eredményekből a minősítő akár egy sort is elolvasna. Ez egy olyan kommunikációs hatalom, amellyel a Scopus és a Web of Science tulajdonosai a kutatói identitások, de teljes intézmények és országok tudománypolitikájának alakulást is tervezhetően befolyásolják például Szaúd-Arábiában (Bhattacharjee 2011), Brazíliában (Van Noorden 2013), vagy a tudománytermelés szempontjából – részben ennek köszönhetően – egyre kevésbé periférikus Kínában (Hvistendahl 2013).

Mindez nem valamilyen politikai vagy ideológiai cél, hanem gazdasági nyereség elérése érdekében történik; ahhoz ugyanis, hogy ezek az identitások és politikák tervezhetőek legyenek, a kutatóknak hozzá kell férniük az adatbázisok tartalmához, illetve munkájuknak ez a része extrém módon könnyebb az adatbázisokhoz tartozó platformok biztosította keresési lehetőségek, az azokon hozzáférhető citációs és egyéb bibliometriai adatok, szerzői adatlapok stb. elérésével. Ezt a hozzáférést jellemzően nem egyéni, hanem intézményi feliratkozásokon keresztül kapják meg. Vagyis amelyik intézmény ezt a lehetőséget nem biztosítja a kutatóinak, vagy ha ezt egy országban csak kevés intézmény biztosítja, akkor a tudománytermelésben versenyhátrányba kerül<sup>3</sup>, tehát minél inkább sikerül a kutatói identitást és a kutatói és intézményi kiváltságot indexált publikációkból számított mérőszámokhoz kötni, annál inkább számíthatnak az indexáló adatbázisok tulajdonosai arra, hogy termékükre előfizetnek.

Az efféle kommunikációs hatalmat kiküszöbölni, a nagy kereskedelmi kiadóknál, előfizetési adatbázisokba, illetve folyóiratokba összegyűjtött cikkekre alapozott kutatói minősítést megtagadni próbáló kísérletek, például az Elsevier-bojkott, az OA-mozgalom, a szűk tudományos világon kívüli hatást mérni próbáló Altmetrics, vagy egyes nem nyugati országokban saját, alternatív tudományminősítési rendszerek kidolgozása a hatalomtól való elkülönülés szempontjából különbözőképpen, de sikertelenek. Az Open Access publikálás nem jelent a hatalom alóli felszabadulást: ritka ugyanis az olyan OA felület, amelynek a presztízse az indexálástól vagy a nagy kereskedelmi kiadóktól független. Ha van is néhány, amelyik indulási körülményeik miatt előbb szerzett presztízst saját jogon, később mintegy természetes

---

<sup>3</sup> A szerző személyes tapasztalatai a hazai felsőoktatási viszonyokról nem reménykeltőek: A „soft” tudományos területeken intézményi szinten lényegében csak ELTE és a CEU biztosít egyszerűen elérhető hozzáférést az oktatók és a hallgatók részére, mindenki számára elérhető módon pedig az Országos Széchényi Könyvtáron vagy az MTA könyvtárán keresztül van hozzáférési lehetőség. Így fordulhatnak elő például olyan esetek, hogy 2017-ben egy hazai viszonyok közt elitnek számító budapesti egyetemen az intézményi könyvtáros képernyőmentéseken keresztül kénytelen elmutogatni a doktoranduszoknak a Scopus és a Web of Science kezelőfelületét, mivel az intézménynek nincs élő előfizetése.

módon bekerült a Scopusba és a Web of Sciencebe, így hiába maradtak OA-k, presztízsiük részben összefonódott a platformizált jelenléttel; és lényegében nincs olyan OA folyóirat, ami ne törekedne az indexálásra vagy elutasítaná azt. A tudományos teljesítmény indexált publikációktól független minősítése pedig legfeljebb regionális érvényű, vagyis a globális tudományágakban semmiféle jelentősége nincs annak nemzetközi szinten, hogy például a Magyar Tudományos Akadémia milyen pontrendszerben vagy hogyan minősíti a nem indexált lapokat. Az indexáló szolgáltatások hegemoniájának az Impakt Faktor és a h-index- (mindkettőt WoS-beli citációkon keresztül számolják) helyettesítő úgynevezett Altmetrics-kiértékelés sem igazi alternatívája; egyrészt ugyanaz igaz rá a tudományos karrierpálya állomásaira nézve, mint a nem indexált publikációkra, másrészt pedig a szociális média visszajelzések is leginkább azért születnek, mert egy megosztásra *érdemes* kutatásra reagálnak. Sőt, a nagy kereskedelmi kiadónál már vannak példák az Altmetrics-mérőszámok saját platformra történő beépítésére is. Magyarul, az alternatívakeresés véleményem szerint nem arról szól, hogy a tudományos platformokon keresztüli minősítettséget megkerülje a kutató vagy a folyóirat, hanem hogy más, a webes környezet fejlődésének megfelelő újabb és újabb csatornákon keresztül próbálja pozitívan befolyásolni az adott platformon a jelenlétét, illetve egyes esetekben megkerülni a bevett tudományos platformok kapuőrizetét.

Az is vitatható, hogy az indexált kutatói tartalmak forgalmazásánál keletkezett haszonból a kutató részesül-e, és ha igen, méltányos mértékben részesül-e anyagiilag. Ez egyáltalán nem jellemző, elsősorban azért nem, mert a munkáját a publikálás során már a copyright-átírással „eladta” a kiadóvállalatnak. Így a tartalomátvételi szerződés már a kiadó és az indexáló közt, az eredeti szerző kihagyásával jön létre.

Első ránézésre a folyóiratok kiadói profitálnak ebből a szolgáltatásból, hiszen szimbólumokat, hiteles mérőszámokat (indexáltság ténye, IF, SJR stb.) és láthatóságot kap az indexált publikáció ténye mellé. Ezért azonban cserébe sokszor olyan kötelezettségeket kell vállalniuk, illetve olyan kritériumoknak megfelelniük, melyek nagyon megengedően nézve sem tudományosak. A SCOPUS tartalomválogatási kritériumai<sup>4</sup> közt például megtalálhatóak olyanok, mint a szerkesztők és a szerzők geográfiai eloszlása, az adatbázisba korábban már felvett folyóiratokból kapott hivatkozások száma, vagy a cikkek és absztraktok olvasottsága (utóbbi a platformon keresztüli hozzáférésre utal). Ezek a kritériumok nem egy klasszikus, elsősorban módszertani követelményeket támasztó tudományosságéi, és elsősorban a folyóirat elérésének, hatásának felbecsülésére alkalmasak; inkább üzleti, és csak másodlagosan tudományos értékjelzők.

Összességében tehát a tudománytermelésben azok a platformok, melyek nem csak aggregátorként viselkednek, hanem e mellett

- egy tudományos karrierpályánál, vagy egy tudományos folyóirat kiadásánál közmegegyezéssel értékű szimbolikus javakat monopolizálnak, mint például az Impakt Faktor, a kapott hivatkozások adatbázison belül mért száma, a Highly Cited Paper-jelölések, kvartilis besorolások és egyéb folyóiratrangsorok, nem beszélve az indexáltság pusztán tényéről;
- olyan lehetőségeket biztosítanak (többnyire grafikus, vizualizálható formában), melyekből néhány kattintásra áttekinthetőek egy kutató vagy egy folyóirat eddigi tudományos outputjának különféle tendenciái, és ezek az eredmények meghatározóak

<sup>4</sup> <https://www.elsevier.com/solutions/scopus/content/content-policy-and-selection>



- különböző tudományos aktivitások – mint például egy kéziratbeküldési döntés, egy állás, előléptetés, ösztöndíj stb. odaítélése – eredményére;
- tartalmaikhoz való hozzáférést csak anyagi ellenszolgáltatásért cserébe biztosítanak.

2016-ig kizárólag, de ma is jellemzően a nyugati világhoz tartoznak, és a mindenre kiterjedően kapitalista és a digitális világban növekvő mértékben terjeszkedő akadémiai imperializmusnak a fejlett nyugati világon kívüli perifériákat függőségben tartó médiája. Mindezt a platform-imperializmus keretein belül, annak egy szűkebb (tudományos) területen kialakult speciális eseteként interpretáljuk.

Ennek megfelelően azt feltételezzük, hogy az ilyen platformokon keresztül elérhető adatbázisokban szereplő tudományos eredmények tematikusan torzok: a nyugati centrum-országok lapjain és szerzőin keresztül, az ezen országok számára fontos problémákat érintő népszavazásokkal fognak foglalkozni, míg a regionális szerzők, lapok és népszavazások elenyésző mértékben lesznek jelen ezeken a tudományos platformokon. Hasonló trendekre számítunk a „normál” digitális platformokon, a mindenki számára ingyenesen elérhető szociális médiában, illetve más internetes felületeken is: annak jelenségét anticipáljuk, hogy egy-egy népszavazásra irányuló digitális médiabeli tartalmak túlnyomó részt a „nyugathoz” sorolható felületeken fognak megjelenni, és az ilyen tartalmak fognak a leginkább eljutni az emberekhez, valamint az emberek ilyen tartalmakra is fognak leginkább reagálni.

A következőkben egy olyan esettanulmányt fogok bemutatni, ami alkalmasnak bizonyult a fentebb tárgyalt tematikai torzítás kimutatására. Az esettanulmányban az európai népszavazások és a média kapcsolatát a SCOPUS platformján keresztül elérhető szakirodalomban megjelenő témákon, kulcseseményeken keresztül vizsgálom. Ez a vizsgálat azért felel meg a kitűzött célnak, mert Európában mind az EU-nem EU tag országok esetében, mind pedig az EU-n belül centrum-periféria viszony mutatható ki különböző (tag)országok közt. Esetünkben ez annak állításával egyenértékű, hogy a kulturális hatalom részeként értett tudománytermelés ma is egyenlőtlenül oszlik meg egyes, geográfiailag és kulturálisan is jól elkülöníthető régiók közt.

## Népszavazások és médiareprezentáció

A digitális médiumok egyik hatása, hogy a szenzációhajhász, kattintás-optimalizáló tudósítások – a köztisztviselők és főképp: az épp aktuális kormány intézkedéseinek megjelenítésén keresztül – közrejárhatnak a nemzetállami kormányzásba vetett közbizalom csökkenésében, a választott kormányok társadalmi támogatottságának a választásokhoz képest alacsonyabb szintjében. A politikai események és történések sajtónyilvánossága a demokráciákban egy olyan helyzetet eredményez, amelyben a média negyedik (intézményes, mainstream média), illetve ötödik (prosumer média) hatalmi ágként viselkedik, és valamilyen mértékben ellenőrző-befolyásoló ágensként ékelődik az állami döntések és intézkedések megfogalmazása és megvalósítása közé. Ezt a funkcióját úgy gyakorolja, hogy adott politikai aktus egyes elemeinek felhasználásával tetszőleges sajtóműfajban megalkotott szekunder tartalmakkal egy akaratlagosan, és célirányosan megválasztott problémát, meghatározást, értelmezést, (erkölcsi) minősítést, megoldási javaslatot stb. állít előtérbe, mindezt visszakapcsolva a primer tartalomhoz (Entman 1993). Ugyanakkor ahhoz, hogy erre képes legyen, tömeges eléréssel és véleményformáló erővel kell rendelkeznie, és ezt meg is kell tudni tartania. Az információs és kommunikációs technológiák ugrásszerű fej-

lődésének és a prosumer tartalmak térnyerésének köszönhetően a tömegmédiában megszokott státuszt az intézményes média csak jelentős formai, téma-, fókusz- és stílusbeli váltásokkal tudja tartani; olyan váltásokkal, amelyekbe az újmédia-alapú tartalomgyártás jóformán beleszületett. Ennek degeneratív hatása a politikai kérdésekről történő objektív, értéksemleges tájékoztatásra túlmutat azon, hogy – mint a tömegmédiában – karakteres, könnyen azonosítható politikai vélemények, értékek jelennek meg egy-egy csatornán (mint például az amerikai Fox News-on). Újabb kutatások azt mutatják, hogy a hagyományos és a digitális média fogyasztó-közönsége a nagypolitikai események észlelése és keretezése tekintetében is jelentősen különbözik egymástól (Qin 2015).

A digitális váltással a politikai kommunikációban a tartalomtermeléssel és a fogyasztással kapcsolatban jelentkező aszimmetrikusság tetten érhető többek között a médiaaktivizmusban és az alternatív médiafelületek megalkotásában is (Valenzuela 2013). A legfontosabb közelmúltbeli fejlemény ezzel kapcsolatban annak méréseken alapuló belátása (Fahri 2009, Bruno 2011, O'Malley 2012, Hogan és Graham 2013), hogy a közösségi médiának erős napirend-kijelölő szerepe van a közvélemény és a közbeszéd kialakulása során, és ez a hatás igazán a digitális technológiákat a mindennapi élet részeként kezelő régiókban, demográfiai illetve szocio-kulturális csoportokban (Eurobarometer Standard Report 2012) lesz megkerülhetetlen. Ez a napirend-kijelölő szerep annál is inkább fontosnak tűnik, mert a hagyományos nagy médiavállalatok is rá vannak szorulva a szociális média platformjaira: tartalmaik egyre nagyobb arányban már nem saját honlapjaikon, hanem Twitter és Facebook accountjaikon keresztül érik el olvasóikat, és ma már az összes jelentősebb hírmédia multiplatform hírszolgáltatást végez. A hagyományos és az újmédia kapcsolatát tovább árnyalja, hogy már 6 évvel ezelőtti mérések szerint is a hagyományos média nemhogy nem képes kijelölni a politikai blogok napirendjét, de egyre gyakrabban történik ez fordítva (Meraz 2011).

Mindez felveti annak kérdését, hogy egy népszavazás mint politikai esemény nem-hagyományos médiareprezentációi hogyan járulhatnak hozzá azoknak a problémáknak a kezeléséhez, amelyeket a szakirodalom az általában vett politikai események demokratikusságára nézve negatív jelenségekként azonosít. Összefoglaló jelleggel ezek a jelenségek két nagy csoportra oszthatóak.

Az egyik, hogy az állampolgárok szavazási viselkedését nem annyira a népszavazás kérdései, mint inkább egy más ügyben meglévő véleményük vagy preferenciájuk alakítja, mint például az épp aktuális nemzeti kormányral szembeni elégedettségük vagy elégedetlenségük (Franklin et al. 1994, Franklin 2002, Denver 2002), a globalizációtól való félelem (Schuck és De Vreese 2008) vagy az európai integráció támogatása (de Vreese és Semetko 2004). Az egyes interneten hozzáférhető tartalmak és tartalomfogyasztási szokások helyett itt láthatóan inkább az a kérdés, hogy általában milyen az interneten elérhető hírek politikai töltése és ez mennyire talál befogadásra a tartalom fogyasztása során.

A másik, hogy a médiafogyasztó állampolgárok anélkül formálnak véleményt a népszavazás kérdéseiben (illetve közvetetten vagy közvetlenül magáról a népszavazásról), hogy megfelelő ismereteik lennének arról, amiről szavazniuk kellene (Whiteley et al. 2012, Suiter és Reidy 2015, Elkins és Sinnott 2015). Ez nem kizárólag információhiányra vonatkozik, hanem annak feldolgozhatóságára, megértésére is: például Írországbán 2008. június 12-én a Lisszaboni szerződésről tartott, elutasító eredményt hozó népszavazást követően országos, reprezentatív mintán végzett utókövetés során a válaszadók 46%-a jelezte, hogy elutasító döntésük mögött az áll, hogy konkrétan nem értik, miről is kellett volna szavazniuk: az elutasító választ adó szavazók 29%-ának homályos volt, hogy miről is szól, míg 19% egyáltalán nem is tudta, hogy mit tartalmaz a Lisszaboni Szerződés (Sinnott et al. 2010).

## A szociális média mint hírmédia

A szociális médián keresztül hozzáférhető tartalmak elméletileg segíthetnék a tájékozódást a népszavazási kérdésekben, az elmúlt évek fejleményei azonban afelé mutatnak, hogy a politikailag releváns, véleményformálásra alkalmas tartalmak egyre nagyobb része „episztemológiai kihívásokkal” (Schou és Farkas 2016) terhes: egyrészt nem humán közreműködés, hanem algoritmikus működés eredményeképp kerülnek elénk, másrészt sok köztük a politikai vagy gazdasági nyereségvágyból, tudatosan terjesztett hazugság, illetve hamisítvány (a kettő természetesen kombinálható, és kombinálódik is). Az ugyan egyáltalán nem újdonság, hogy az interneten igen gyakoriak a téves, pontatlan és valóságtól elrugaszkodott információk (Stempel et. al. 2007, Sunstein 2009), de a digitális platformok adottságait kihasználó szisztematikus hírhamisítás jelensége inkább csak az elmúlt években kapott nagyobb figyelmet.

Az úgynevezett „fake news” jelensége a hagyományos műsorszóró médiában nagy méretű, jelentős gazdasági erejű aktorokhoz köthető, akik valamilyen való világbeli esemény kapcsán propagandaszerűen<sup>5</sup> a nekik kedvező narratívát tartják műsoron. Ezek az aktorok jellemzően vállalatok és államok: a 2014-től napjainkig is tartó ukrán-orosz konfliktusban például az orosz állam a kezdetektől fogva tudatosan narratív háborút vív a befolyása alatt álló közmédiában és a globális közösségi médiában az események orosz állami érdekeknek megfelelő értelmezéséért (Khaldarova és Pantti 2016), és maga a „fake news” elnevezés is elsősorban az online hírek környezetében tapasztalt változásokra vonatkozik.

Az online hírhamisítás gazdasági okai (tehát amikor egy adott ágens nem politikai, hanem gazdasági haszonszerzés érdekében termel ál-, vagy hamisít meg valódi híreket) arra vezethetőek vissza, hogy az online médiagazdaság a tartalomból hirdetési bevételek útján csinál pénzt, és egy olyan környezetben működik, ahol a híradások gyorsan pörögnek, ellenőrizetlenek és szubjektívek: míg a mostani digitális hirdetési rendszerekben pontosan lehet tudni egy átkattintás, egy megjelenítés vagy egy letöltés pénzben kifejezett értékét (amit ráadásul rögtön jóvá is írnak a tartalomszolgáltató számláján), a hagyományos újságírói értékeknek megfelelően létrehozott tudósítások „többletértéke” legfeljebb nagyon elvontan jelentkezik, megalkotásuk konkrét extra költségekkel jár, és kevesebb fogyasztót ösztönöznek fogyasztásra (Hallin 2008, Chen et al. 2015). A hazai hírportálok közül többek közt az Index<sup>6</sup>, a HVG<sup>7</sup> és a VS<sup>8</sup> is átvette – eredeti NBC-riportokból és a buzzfeed.com tényfeltáró munkájából dolgozva – a makedón álhírportálok történetét: makedón diákok felismerték a 2016-os egyesült államokbeli kampányhajrában és a választók fogyasztói igényeiben rejlő üzleti lehetőségeket, és jól fogyó álhíreket kezdtek gyártani, bevételt pedig ugyanúgy generáltak maguknak, mint sok más legitim, piaci alapon működő internetes tartalomszolgáltató: az éves makedón átlagfizetés többszörösét keresték meg a Google AdSense-en keresztül a cikkbe épített hirdetések kattintásain keresztül. Láthatóan tehát a

<sup>5</sup> Propagandaszerűség alatt a Jowett–O'Donnell-féle propagandameghatározással való leírhatóságot értem, aminek kommunikációkutatói jelentősége abban áll, hogy propagandát szerkezetileg definiálja, és nem köti állami szereplőhöz. Ezzel összhangban a propaganda itt egy olyan befogadói válasz kiváltásának szándékos és szisztematikus kísérletét jelenti, amely a propagandista kívánt szándékát támogatja, és ennek érdekében befolyásolja a befogadói észlelést, manipulálja a tudatot és a közvetlen viselkedést (Jowett és O'Donnell 2015: 7).

<sup>6</sup> [http://index.hu/tech/2016/12/09/macedoniabol\\_jottem\\_mestersegem\\_cimere\\_alhigyarto/](http://index.hu/tech/2016/12/09/macedoniabol_jottem_mestersegem_cimere_alhigyarto/)

<sup>7</sup> [http://hvg.hu/vilag/20161210\\_Halalra\\_kerestek\\_magukat\\_a\\_macedon\\_tinik\\_az\\_alhigyartasal](http://hvg.hu/vilag/20161210_Halalra_kerestek_magukat_a_macedon_tinik_az_alhigyartasal)

<sup>8</sup> <https://vs.hu/kozelet/osszes/trumprol-szolo-alhirekkel-keresnek-penzet-a-macedonok-1105>



gazdasági szempontok alapján történő álhírgyártásnak is lehetnek politikai következményei, de maga a motiváció az álhírek gyártására nem csak politikai lehet.

Az internetes álhírgyártással foglalkozó kutatások jobban feldolgozták azokat az eseteket, amikor maga a motiváció is tisztán politikai. Ebből a szempontból nézve a 2000-es éveket mint előzményt a keresési eredmények manipulációja uralta (ami szintén a tájékozódni kívánó olvasók információszelésében és feldolgozásában kíván változásokat eszközölni, és a sorrendkijelölésen túl esetenként konkrét valorizációt is jelent). Kezdetben különböző, például Google bombing technikával jellemzően nagyon egyszerű negatív jelzőket, minősítéseket kötöttek politikai szereplőkhöz, így párosították például Rick Santorum volt amerikai szenátor nevét az analízis szexhez (Savage 2003, DeNardis és Hackl 2016), de magasabb állami hivatalokat viselők is megkapták a maguk jelzőjét: George W. Bush amerikai elnök – *miserable failure*, Tony Blair angol miniszterelnök – *liar*, Renaud Donnedieu de Vabres – *ministre blanchisseur* (pénzmosó miniszter) stb. (Castells 2007). Ezek információtartalma ugyanakkor nem volt alkalmas a megtévesztésre, inkább szimbolikus állampolgári visszajelzések, civil ellenhatalmi impulzusok voltak. Komplexebb befolyásolási kísérletnek számított például létező negatív hírek és internetes tartalmak optimalizálása egy-egy politikai figura nevére vagy politikai párthoz kötődő keresőszóra. A 2006-os féldős kongresszusi választásokon az Egyesült Államokban a MyDD.com által összefogott baloldali-liberális bloggercsoport szervezeten és sikerrel juttatott a Google találati lista elejére a republikánusokkal foglalkozó semleges, illetve negatív internetes tartalmakat. A módszer a mikroblogokon és a szociális médiában is tovább él, először Twitteren azonosították 2010-ben (Mustafaraj és Metaxas 2010, Just et al. 2012), de a 2016-os amerikai választásokat már masszívan befolyásolta a Facebookon is (Silverman és Alexander 2016a és 2016b, Mustafaraj és Metaxas 2017).

Az álhírek terjedésének szélesebb körű diszkussziója (Guynn 2016) emellett szorosan követte a Facebook Trending Topics botrányát<sup>9</sup>, és tudatosította, hogy a szociális média platformok hírmédiaként is viselkednek (de ez a hasonlóság funkcionális és nem szerkezeti), az emberek pedig nagy arányban a szociális médiából tájékozódnak a világ híreiről. Mindez a mobil hírfogyasztás fejlődésével együtt komoly aggodalmakra adhat okot: a hírek cirkulációját a hagyományos médiában felügyelő szakmai-újságírói kontroll és felelősség háttérbe szorul, és kijelölt szerkesztőség (kontroll) és felügyeleti szerv (szankciók) hiányában a tartalomalkotást, válogatást és terjesztést az újságírói etikától független, tisztán gazdasági és ideológiai értékek kezdhetik vezérelni.

Ezek tehát azok a trendek a politikailag releváns hírek online termelésében, amik találkoznak az állampolgároknak ama, globálisan mért igényével, hogy a törvényhozás „normál” folyamatát megkerülve vagy presszionálva (hiszen egy demokratikus berendezkedésben a népakarattal ellentétes törvényhozás a társadalmi szerződés explicit megszegése) a politikai kérdéseket egyre növekvő arányban népszavazással döntsék el (LeDuc 2003, de Vreese és Schuck 2014). Mindemellett viszont az is ismert, hogy az állampolgárok nem feltétlenül vesznek részt kellő mértékben a népszavazásokon az olyan országokban, ahol relatíve gyakran tartanak referendumokat, illetve alacsony a politikai részvételi kedv (LeDuc 2003), mely utóbbi egyébként a 70-es, 80-as évektől kezdve folyamatosan csökken a nyugat-európai országokban (Siaroff 2009). Lényegében az ezredforduló óta vitatott,

<sup>9</sup> Csak említés szintjén; a Gizmodo cikkezett elsőként arról, Facebooktól távozott alkalmazottakra hivatkozva, hogy a köztudatban algoritmikus válogatásúnak ismert Trending Topics FB-szekciónál az algoritmust emberi hírkurátorok mikromenedszelik, akik ráadásul politikai alapon rangsorolnak és futtatnak fel tartalmakat a TT segítségével (Nunez 2016a és 2016b).

hogy ez egy olyan demokrácia-deficit lenne, melynek okát az internetes politikai aktivizmus terjedésében kellene keresni. Noha Putnam (2000) szerint az internethasználat csökkenti az ember szociális tőkét és ama késztetését, hogy IRL politikáljon (hiszen eme igényét kiélheti anonim módon a netes blogokon és fórumokon), napjainkra a tudományos konszenzus inkább afelé hajlik, hogy az internet *diverzifikálja* az állampolgárok politikai aktivitását. Vagyis, az állampolgár nem kevésbé aktív politikailag, mint mondjuk a '60-as években, hanem ugyanaz a politikai aktivitás – a technológiai lehetőségek növekedésével párhuzamosan – több szinten oszlik el, az pedig egyéni választás és lehetőségek kérdése, hogy a politikai akarát hogyan érvényesíti: megfelelő technológiai ismeretek birtokában az 1 szavazattal rendelkező állampolgár az interneten sokkal több más, szintén 1 szavazattal rendelkező állampolgár döntését képes befolyásolni, mint IRL politikai részvétellel.

## Az alkalmazott módszerek

A kutatásban áttekintjük a 2010 és 2016 között íródott, a népszavazások és a média közti kapcsolatokat valamilyen szinten vizsgáló tudományos szövegeket; a szerint, hogy milyen országokban kiírt népszavazásokat vizsgálnak. Az áttekintésbe az ELSEVIER SCOPUS nemzetközi tudományos indexáló szolgáltatásában 2017. augusztus 12-én<sup>10</sup> szereplő folyóiratcikkeket és könyvfejezeteket vontuk be. Az így kialakított mintán jellemző eloszlás-kombinációkat kerestünk, elsősorban a vizsgált tulajdonságok földrajzi-gazdasági értelemben vett Nyugat-centrikusságára, illetve annak mértékére voltunk kíváncsiak. Ennek megfelelően a vizsgált jellemzők körébe bevontuk a folyóiratok (Scopus-kvartilisek szerint mért) erősségét, továbbá a cikkeket megjelentető kiadókat, a cikkek szerzőinek intézményeit, a kutatás tárgyul szolgáló népszavazásokat és az elnyert kutatási támogatásokat.

Az áttekintés módszerei egy általam korábban is használt rendszert (Tóth 2015) követnek:

- Az áttekintés fókuszának és a hozzá tartozó kutatási kérdések meghatározása (lásd bevezető).
- Mintába kerülési kritériumok meghatározása és a korábbi kutatási eredmények ki-gyűjtése (boolean operátorokat használó kulcsszavas keresési képlettel az Elsevier SCOPUS platformján keresztül).<sup>11</sup> Közelmúltbeli kutatásoknak a 2010 és 2016 közt megjelent szakcikkeket, monográfiákat és könyvfejezeteket tekintettük. A „népsza-

<sup>10</sup> Mivel az adatbázisba folyamatosan visznek fel adatokat és az indexálási lag (főképp a sok cikket megjelentető, és/vagy a metaadatokat késve közlő folyóiratoknál) gyakori jelenség, ezért a frissebb tételeknél előfordulhat, hogy egy cikket a megjelenési idejéhez képest jelentősen később indexálnak. Tehát például egy reprodukciós vizsgálatnál a megadott keresési string több eredményt is adhat, mint a vizsgálat pillanatában.

<sup>11</sup> A SCOPUS „Advanced Search” keresőmezőjében a mintába kerülési kritériumok a következő kódsorral lettek lefordítva: „TITLE-ABS-KEY (referendum AND media) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR, 2016) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2012) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2011) OR LIMIT-TO (PUBYEAR, 2010) AND (EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "United States") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Switzerland") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Canada") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Australia") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "New Zealand") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Turkey") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, Hong Kong") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Japan") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Kenya") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Norway") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "South Africa") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Albania") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Bosnia and Herzegovina") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Brazil") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Chile") OR EXCLUDE

vazás” és a „média” kulcsszavakat a címben, az absztraktban vagy a kulcsszavak közt említő tanulmányok halmazát (362 db) erre az időszakra szűkítettük (184 db), majd a platform kezelőfelületén a 'Refine Results' -> 'Country/Territory' fülön felkínált összesítés segítségével kiszűrtünk közülük minden olyan cikket, amelynek nem EU-tagországbeli szerzője is volt. Így végül egy 92 darabból álló minta körvonalazódott, amiből kiestek a teljes monográfiák (maradt: 87) és a relevanciát ellenőrző személyes átolvasást követően összeállt a teljes, 85 darabból álló mintánk.

- Cikkeken belüli adatgyűjtés.

Ezt követően pedig a 2017. október 1-én megtartott katalán függetlenségi népszavazás körüli szociális média-figyelmet vizsgáltuk platformokra lebontva, a SentiOne: Social Listening alkalmazáson<sup>12</sup> keresztül. A 2017. szeptember 11-e és október 10-e közti időszakra nézve a SentiOne teljes indexált angol nyelvű tartalmában kerestünk az eseményről említéseket a következő keresési képlettel: referendum AND Catal\*; cataloniareferend\*; „Catalonia referendum”~5.<sup>13</sup> Az eredmények közül irrelevánsként kiszelektáltuk a „review” típusú találatokat.<sup>14</sup> Ezt követően az analitikai eszközzel összesítettük és kielemeztük a megfelelő adatokat.

## Eredmények

### *A szakirodalom-elemzés eredményei*

A szerzői affiliációkat<sup>15</sup> megvizsgálva láthatjuk, hogy az EU-n belül a népszavazások és a média kapcsolatát is vizsgáló kutatások túlnyomó többsége az EU gazdaságilag legerősebb országaiból származik: az 5 legerősebb (Eurostat 2017) ország intézményeiben alkalmazott

(AFFILCOUNTRY, "India") OR EXCLUDE ( AFFILCOUNTRY, "Israel") OR EXCLUDE ( AFFILCOUNTRY, "Liechtenstein") OR EXCLUDE ( AFFILCOUNTRY, "Morocco") OR EXCLUDE ( AFFILCOUNTRY, "Taiwan") OR EXCLUDE (AFFILCOUNTRY, "Undefined"), Néhány tisztázó jellegű magyarázat a kódszóválasztásokhoz: „referendum” és nem például „referend\*”; mert olyan cikkeket céloztam, amelyek egy kiválasztott népszavazással foglalkoznak, és nem többel, vagy nem általánosságban. EXCLUDE ( AFFILCOUNTRY , „...”), mert olyanokat kerestem, akik az EU-n belüli intézmények tagjaként foglalkoznak a kérdéssel, akik nem ilyenek voltak, azokat országokként kiszelektáltam a már meglévő listából.

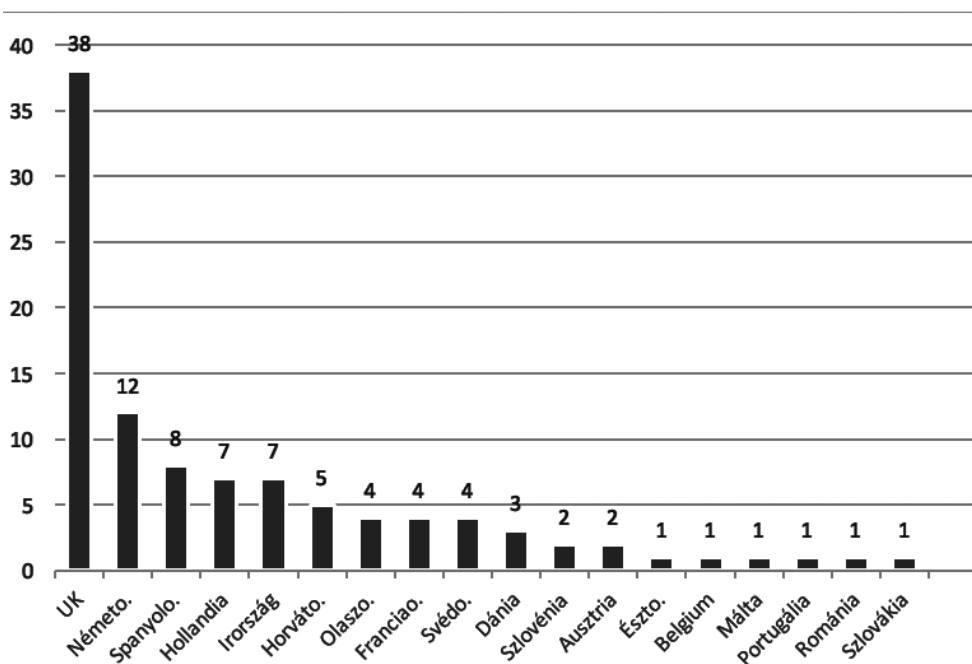
<sup>12</sup> A SentiOne alkalmazás által biztosított webes szöveganalízissel a felhasználó által megadott kulcsszavak és kifejezések mentén, az angol mellett nemzeti nyelveken is meg lehet határozni egy-egy téma legnépszerűbb online platformjait, influencereit. A Bartek Baziński, Michael Brzezicki és Kamil Bargiel alapította lengyel vállalat termékének nemzetköziesítését 2016-ban 3,5 millió dolláros befektetéssel támogatta a Venture TFI és Trigon TFI Group. Magyarországon több felsőoktatási intézményben, többek közt az Eötvös Loránd Tudományegyetemen, a Budapesti Corvinus Egyetemen és a Kodolányi János Főiskolán is használják.

<sup>13</sup> Tehát minden olyan említést listáztunk, amiben „catalon-” és „referend-” kezdetű szavak egymástól maximum 5 szó távolságra szerepelnek. A megadott kulcsszó-alapú keresési képlet egy szokásos egyszerű boolean lekérdezés az adott témára.

<sup>14</sup> Ami ebben a környezetben TripAdvisor, Amazon stb. típusú termék, illetve szolgáltatáskritikákat takar.

<sup>15</sup> A Scopus ezt az értéket úgy számolja, hogy minden egyes affiliáció egy egységet ér, tehát egy többszerzős, különböző országokban lévő intézményekben dolgozó szerzők cikkéhez, vagy egy egyszerűs, de több különböző országban lévő intézményhez affiliációt megadó szerző cikkéhez (és ezek kombinációihoz) több affiliációs egységet rendel hozzá, így lesz több az egységek száma ezen a diagramon, mint amennyi a vizsgált cikkek száma.

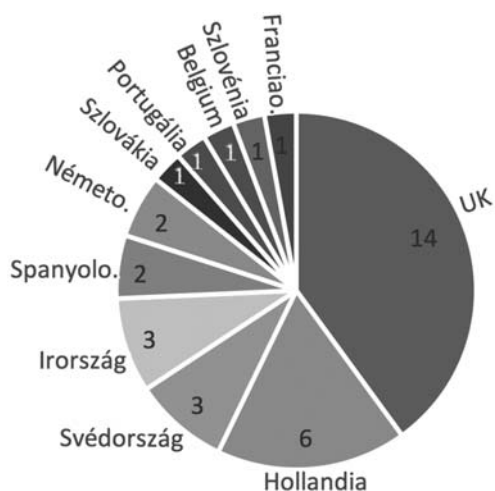
kutatók termelték ezeknek az eredményeknek a 65%-át. Az egyesült királyságbeli (UK) intézmények kutatói ezen belül is felülreprezentáltak: ők önmagukban az összes eredmény 37%-át adják, többet mint a nagyságrendileg őket követő 4 ország együttevve. A Németország nélküli CEE (Közép- és Kelet Európa) régió itt jelen lévő országai (Horvátország, Szlovénia, Szlovákia, Románia, Észtország) összesen 10 cikket tudtak termelni, miközben nem volt olyan cikk, ami CEE és nem CEE régiós szerző közös munkájából született volna (1. ábra).



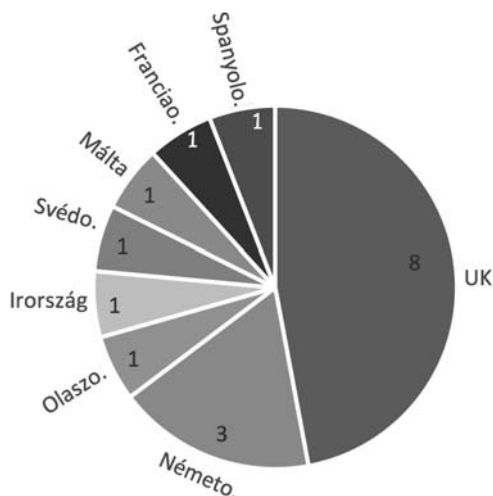
1. ábra: Affiliációk száma országoként

A folyóiratok erősségét<sup>16</sup> megvizsgálva azt látjuk, hogy az EU vezető országaiban a kutatóknak átlagosan is szignifikánsan jobb, értékesebb felületeken sikerült közzétenniük az eredményeiket. A legtöbb vizsgált kutatást a legfelső kvartilisbe tartozó folyóiratokban publikálták. Látható, hogy a legértékesebb (Q1 és Q2 kvartilisbe tartozó) publikációs felületeken leginkább az egyesült királyságbeli kutatásokat sikerült publikálni: a Q1 folyóiratokban megjelent 36 cikkből 14-et (lásd 2. ábra), a Q2 folyóiratokban megjelent 18 cikkből pedig 8-at (lásd 3. ábra).

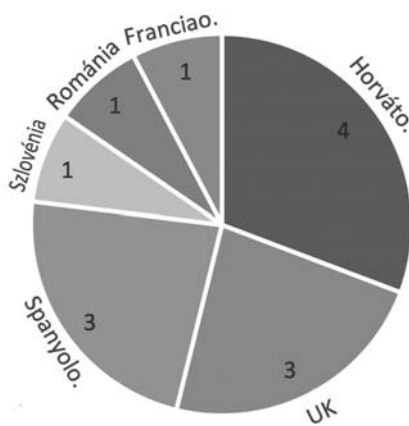
<sup>16</sup> A SCOPUS a folyóiratokat erősségük alapján kvartilisekbe rangsorolja, ahol a Q1 a felső, a Q4 pedig az alsó 25%-ot jelöli. Az úgynevezett SJR (SCImago Journal Rank) indikátor a listás folyóirat impaktjának és presztízsének a mértéke a választott évre, és a választott évet megelőző három évben a folyóiratban megjelent cikkekre Scopus-indexált tételekből leadott, súlyozott hivatkozások átlagos száma alapján felállítható rangsort mutatja.



2. ábra: Scimago SJR Q1 értékek országoként (n=36)



3. ábra: Scimago SJR Q2 értékek országoként (n=18)



4. ábra: Scimago SJR Q3 értékek országoként (n=13)



5. ábra: Scimago SJR Q4 értékek országoként (n=7)

Ehhez képest a relatíve alacsonyabb rangú folyóiratokban mérsékeltébb az egyesült királyságbéli jelenlét: a Q3-ban 18-ból 3-at, a Q4-ben 7 cikkből 1-et adnak (4. és 5. ábra).

A CEE régióhoz kötődő alkotások ellenben inkább az alsó középmezőnyben szerepelnek, és általában is elmondható, hogy a gazdagabb, nyugati EU-s országok outputja magasabb presztízsű: a teljes minta Q-átlaga 2.17, ehhez képest az egyes országok átlagos outputja elég nagy szórást mutat: a két vezető termelőnél az átlagnál jobb értékeket kapunk, a CEE régiónál a kis darabszám mellett is jól látható, hogy Szlovákia kivételével minden régiós ország átlaga a mintaátlag alatt marad (1. táblázat).



UK	Németo.	Spanyolo.	Írország	Hollandia	Horvátország
1.65	2.00	2.63	1.25	1.43	2.80
Franciaország	Olaszország	Svéd.	Dánia	Ausztria	Szlovénia
2.50	2.00	1.25	1.00	0.00	2.33
Belgium	Észto.	Málta	Portugália	Románia	Szlovákia
1.00	4.00	2.00	1.00	3.00	1.00

1. táblázat: Kvartilis átlagok országonként

A CEE régió eredményeit tovább árnyalja, hogy a régió összesített eredményében a Scopus szűrőrendszerén átcúsúzó, tudományos kontrollt nem vagy alig gyakorló és a szerzőktől a közlésért pénzt szedő úgynevezett „predátor” folyóiratokban megjelent publikációk elég fajsúlyosan szerepelnek. A régió összesen 2db Q1-es publikációjából az egyiket az European Journal of Science and Theology című folyóiratban közölték; két további Q3-as publikáció pedig a Mediterranean Journal of Social Sciences és a Metalurgia International című folyóiratokban. Mindhárom folyóirat ismert az úgynevezett Beall-listáról (eredeti formájában megszűnt, elérhető: <https://bealllist.weebly.com>), mint „potenciális, lehetséges vagy valószínű” parazita folyóirat. Az European Journal of Science and Theology-t egy dél-afrikai független vizsgálat is „lehetséges parazita folyóirat”-ként kategorizálta (Mouton 2017). Ez, ahogyan a Beall-listás szereplés sem jelenti azt, hogy a szóban forgó folyóirat biztosan etikailag kifogásolható gyakorlatot folytat, de a Q1-es folyóiratok esetében már a gyanú is kirívónak mondható. A két említett Q3-as folyóirat ezzel szemben konkrét botrányoktól sem mentes (Weber-Wulff 2013, Thomas 2016). (Nem CEE-régiós publikációk közt egy sem volt, amelyik bármilyen módon predatory-gyanús folyóiratban jelent volna meg.)

Az adatokat összevetve nem csak az mondható el, hogy az anglofón, illetve az erős nyugat-európai országok adnak otthont a publikált cikkek kiadói túlnyomó többségének. További érdekes összefüggés, hogy a sem a CEE régiós intézményekhez kötődő szerzők nem törekedtek nyugati lapban publikálni, sem a nyugati intézmények kutatói a CEE régió folyóirataiban, sőt ebből a szempontból a CEE régió kifejezetten zárvány jelleget ölt: az itt kiadott folyóiratokban csak CEE régiós intézményekben dolgozó szerzők közöltek cikkeket, és még ezen belül is többségben voltak azok az esetek, amikor a szerző és a kiadó országa azonos. CEE-s szerző egyáltalán nem is publikált olyan folyóiratban, ahol a kiadónak nincs CEE-s kapcsolata<sup>17</sup>, és, ahogy később látni fogjuk, nem CEE-s szerzők egyáltalán nem foglalkoztak a régióban zajló népszavazásokkal.

A témák alapján az is látható, hogy noha az EU országaiban a vizsgált időszakban számos népszavazás történt, a cikkek mégis túlnyomórészt azokkal foglalkoztak, amelyek az EU vezető országait érintették (illetve egyenesen ezekben az országokban zajlottak). Nyilvánvalóan a 2010 és 2016 közti időszakban kiírt vagy megtartott népszavazások esetében

<sup>17</sup> Egy olyan esettel találkoztunk mindössze, amikor CEE-s szerzőnek sikerült nyugati kötődésű folyóiratban publikálnia. A szóban forgó Baltic Journal of Law and Politics azonban a de Gruyter és a Vytautas Magnus University közös kiadásában jelenik meg, tehát nem a régiótól teljesen független folyóiratról van szó ebben az esetben sem.

A folyóiratok kiadóinak geográfiai eloszlását nézve a következő eredményeket kapjuk:

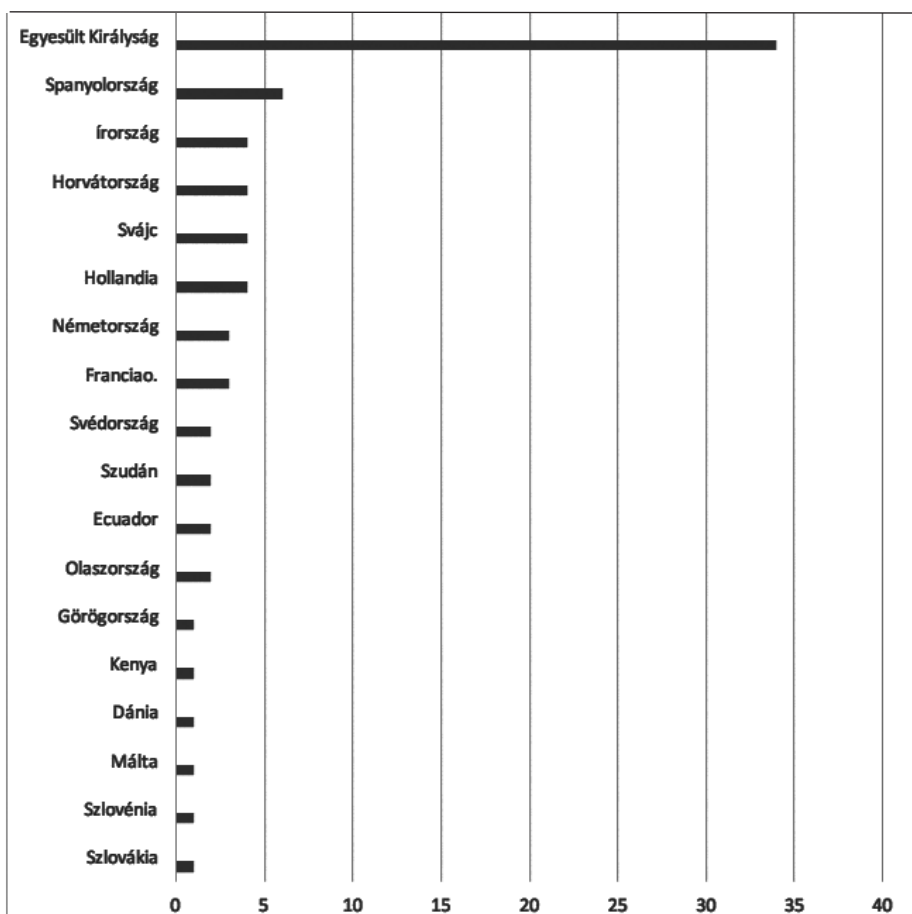
Egyesült Államok	<b>20</b> (9X SAGE, 3X Wiley-Blackwell, 3X ACM, 2X Human Science Press, 2X egyetemi kiadók, 1X PLoS)
Egyesült Királyság	<b>20</b> (5X Edinburgh University Press, 2X Frank Cass, 2X Intellect, 1X Cambridge University Press, 3X Oxford University Press, 3X Routledge, 1X Palgrave, 1X Boydell & Brewer, 1X Taylor & Francis, 1X Emerald)
Hollandia	<b>13</b> (7X Kluwer Academic Publishing 5X Elsevier 1X IOS Press)
Németország	<b>13</b> (9X Springer 2X Peter Lang, 1X German Institute of Global and Area Studies 1X de Gruyter)
Spanyolország	<b>5</b> (3X Uni. of Laguna, 2X Uni. of Madrid)
Horvátország	<b>4</b> (1X Croatian Institute of History 1X Croatian Sociological Association, 1X University of Split 1X Meridijani)
Románia	<b>2</b> (1X Romanian Metallurgical Foundation 1X Acad Organisation Environmental Engineering & Sustainable Development)
Szlovénia	<b>2</b> (1X Znanstveno Raziskovalno Sredisce Republike Slovenije 1X Slovene Comparative Literature Association)
Chile	<b>1</b> (1X Pontificia Universidad Católica de Chile)
Írország	<b>1</b> (1X Royal Irish Academy)
Olaszország	<b>1</b> (1X Mediterranean Center of Social and Educational Research) (de 2017 de Gruyter)
Észtország	<b>1</b> (1X Vytautas Magnus University)

2. táblázat: Folyóiratok kiadóinak regionális kötődése

nem elvárható, hogy a kiírást és/vagy a lebonyolítást megelőző időszakban is ugyanolyan hangsúly helyeződjön ezekre az eseményekre, hiszen ekkor lényegében nem volt még róluk közkézen forgó információ. Ezért a vizsgálat során külön kezeltük a minta szempontjából „aktuális” és „történelmi” népszavazásokat (előbbi kategóriába azok tartoztak, amelyek a vizsgált időszakban legalább előkészítés szinten zajlottak, utóbbiba pedig az ezt megelőzően már lezajlott népszavazásokat).

Elmondható, hogy a vizsgált mintába került cikkeknel legnagyobb arányban aktuális, nemzeti önrendelkezésre irányuló népszavazásokat vizsgáltak nyugat-európai országokban. Ezek a skót függetlenségi népszavazás (2014. szeptember 18., megtartásának közvetlen előzménye a 2012. októberi Edinburghi Egyezmény), a katalán függetlenségi népszavazás

(amely 2017. október 1-én lezajlott, de értelemszerűen a vizsgált időszakban még csak a lehetőségével lehetett számolni, és Spanyolország nem bocsátkozott tárgyalásokba róla), valamint az Egyesült Királyság EU-tagságáról szóló népszavazás (2016. június 23.; megtartásával David Cameron brit miniszterelnök 2013. január 23-i bejelentésétől kezdve lehetett számolni). A skót függetlenségi népszavazást 24, az Egyesült Királyság EU-tagságáról szóló népszavazás 6, a katalán függetlenségi népszavazást 5 cikk vizsgálta (de utóbbiból 3 a skóttal összehasonlítva, párhuzamba állítva). Két további cikkben egy Európán kívüli (dél-szudáni) függetlenségi népszavazást vizsgáltak, de egyértelműen az Egyesült Királyságban és általában az angolszász nyelvterületen tartott népszavazások vizsgálata dominál: az alábbiakban megmutatjuk, hogy a mintában vizsgált népszavazások milyen országokban történtek (6. ábra).<sup>18</sup>



6. ábra: Vizsgált népszavazások országok szerint

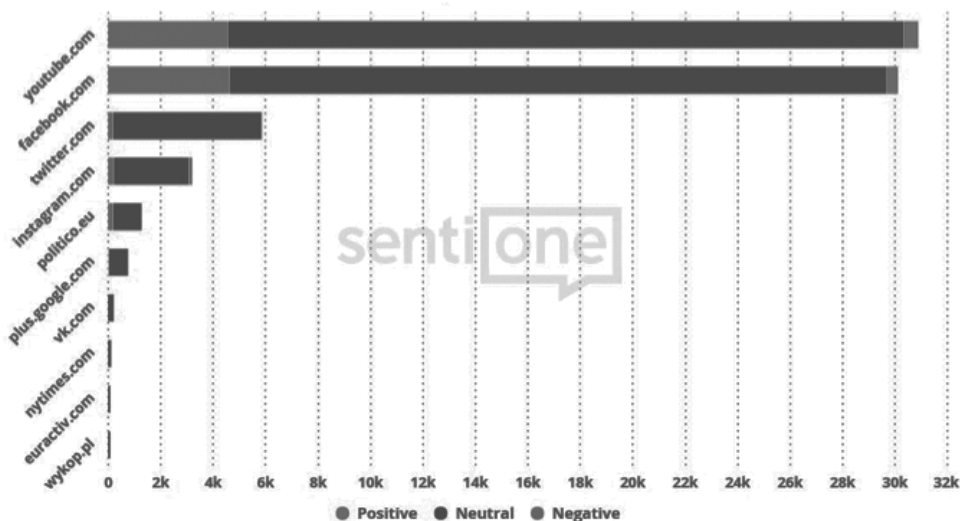
<sup>18</sup> Csak azokat az eseteket vettük, amikor egy cikkben kifejezetten egy vagy több népszavazást részleteiben vizsgálnak, ahol csak általában, vagy egy nagyobb régió belül minden népszavazást (például az EU-n belül egy meghatározott időszakban minden ~t) vizsgáltak, azokat kiszelektáltuk, hiszen a vizsgálat célja annak bemutatása, hogy milyen témák kaptak kiemelt figyelmet ezekben a cikkekben.

A CEE régióban dolgozók kivétel nélkül mind a saját nemzeti népszavazásaikkal foglalkoztak cikkeikben, míg az EU nyugati felében nem volt ritka az sem, hogy egy adott országban dolgozó szerző teljesen más országban zajló népszavazásokat kutatott; így kerülhettek Európán kívüli népszavazások a vizsgáltak körébe. Különösen érdekes, hogy például a 12 német cikkből 8, a 4 olasz cikkből 3, a 4 franciából 2 stb. foglalkozik nem hazai népszavazásokkal, a 38 UK-cikkből csak 6 tekint a Brit-szigeteken túlra, és 27 foglalkozik kifejezetten egyesült királyságbeli népszavazásokkal; a CEE régiót leszámítva tehát a kontinentális Európában élő kutatók arányaiban többet fordulnak a saját országaikon kívüli népszavazások felé.

Az elnyert támogatásokat megnézve szintén tovább erősödik az érzés, hogy az EU-n belüli tudományos kutatások kiemelt célpontjai az aktuális, nemzeti önrendelkezésre irányuló népszavazások: 9 cikkben végzett vizsgálatához használtak fel extra külső támogatást; mindegyik ilyen népszavazás az EU vagy az adott EU-tagország egységét érintő kérdésekben történt. A CEE régióban végzett kutatásokra egyik szerző sem kapott külön támogatást, külső források bevonása minden esetben nyugat-európai országokban dolgozó kutatók cikkeinél történt.

### *Az említéselemzés eredményei*

Az internetes említések elemzésénél először azt néztük meg, hogy a katalán függetlenségi népszavazással kapcsolatos említések milyen platformokról érkeztek. Ahogyan az alábbi grafikonon is látszik (7. ábra), a nyers említésszám az Egyesült Államokban jegyzett cégek médiaplatformjain összpontosul. A vizsgált 30 napos időszakban a YouTube-ról 30 899, a Facebookról 30 114, a Twitterről 5 888, míg az Instagramról 3 219 különböző posztban említették az eseményt, vagyis az Instagramot is birtokló Facebook (45%) és a Google Plus-szal együtt számolt (és a YouTube-ot tulajdonló) Google (42,7%) viszi a témában született bejegyzések 87,7%-át, ehhez képest a legnagyobb önálló digitális hírmédia-oldal, az egyébként szintén egyesült államokbeli Politico európai kiadása mindössze az említések 1,7%-áért felel. A nyomtatott sajtó digitális kiadásai (nytimes.com) vagy nem egyesült államokbeli szereplők (Vkontakte) az épp-hogy mérhető kategóriában vannak.



7. ábra: Az említések forrás domainjei

A nyers említésszámnál ugyanakkor vannak fontosabb adatok. Az ábrán az is látszik, hogy a szóban forgó említések jelentős számú látogatót érnek el, és a közösségi média platformjai megkerülhetetlenek az elérési útvonalon. Röviden összefoglalva: a teljes, körülbelül 261 millió elérés (Reach) 73%-a származik a szociális médiából (36% Facebook, 27% Twitter, 10% YouTube), de nem meglepetés, hogy az itt megjelenő tartalmak egy része zaj, minimális hatással. Ehhez képest a hagyományos, önálló weboldalakon arányaiban jobb elérésű tartalmakat találunk, amelyek viszont a teljes elérésnek alig több mint negyedét adják. A téma 10 fő influencerét megvizsgálva (8. ábra) látszik, hogy túlnyomórészt (a 8. és a 10. kivételével) a Twitter és a Facebook szociális média platformokat használva tudtak hatást kifejteni, ugyanakkor az is egyértelmű, hogy a fő influencers többsége továbbra is a nagy, multinacionális médiavállalatok és hírügynökségek közül kerül ki. A helyzet tulajdonképpen egy olyan kölcsönös függőségi rendszert mutat, amelyben a hagyományos hírmédia a saját professzionális humán- és egyéb erőforrásait használja hírtermelésre, annak disszeminációját viszont már a saját szervezetén kívül végzi. Így egyrészt függ a mikroblog- és közösségi média platformoktól, másrészt viszont – mivel ezek a platformok nem rendelkeznek hasonló infrastruktúrával – am azok is rá vannak szorulva a hagyományos kereteken belül termelt hírekre (Diel 2017).

<b>#1 The Economist (@TheEconomist)</b> 22 870 261 followers  463 FAVOURITES 349 RETWEETS 7 STATEMENTS TWITTER	<b>#6 RT</b> 3 905 699 fans  8 138 SHARES 6 441 COMMENTS 20 133 LIKES 23 STATEMENTS FACEBOOK
<b>#2 BBC News</b> 38 606 551 fans  19 014 SHARES 17 824 COMMENTS 69 668 LIKES 9 STATEMENTS FACEBOOK	<b>#7 CNN</b> 24 492 718 fans  5 018 SHARES 4 564 COMMENTS 16 464 LIKES 8 STATEMENTS FACEBOOK
<b>#3 Bloomberg (@business)</b> 4 269 658 followers  84 FAVOURITES 237 RETWEETS 15 STATEMENTS TWITTER	<b>#8 Klaus Ullrich (mm)</b>  1 DOMAINS 1 ARTICLES WEB
<b>#4 ABC News (@ABC)</b> 12 181 428 followers  494 FAVOURITES 835 RETWEETS 5 STATEMENTS TWITTER	<b>#9 United Nations (@UN)</b> 9 510 794 followers  52 FAVOURITES 40 RETWEETS 1 STATEMENTS TWITTER
<b>#5 The Guardian</b> 6 515 039 fans  8 703 SHARES 6 383 COMMENTS 25 529 LIKES 13 STATEMENTS FACEBOOK	<b>#10 Ségolène ALLEMANDOU</b>  1 DOMAINS 5 ARTICLES WEB

8. ábra: A katalán függetlenségi népszavazás fő influencerjei a digitális térben

Az is egyértelmű továbbá, hogy a nyugati világban gyökeres platformokat nem pusztán csak az elérési dominanciája különbözteti meg a világ más részén működő szereplőktől. A világ többi részéhez tartozó, de angol nyelven publikáló entitások közül ennél a témánál az orosz gyökerű digitális média (RT és Vkontakte) volt az egyetlen említésre méltó szereplő, a rajtuk megjelenő tartalmak érdemi, szisztematikus összehasonlítása ugyan nem tárgya a tanulmánynak, de egy illusztratív példával szeretnék rámutatni arra, hogy e különbségek érvényesülésének, valós hatásának kutatása fontos témája lehet a közeljövőbeli politikai kommunikációkutatásoknak (9. ábra).





9. ábra: A Facebookon (bal oldal) és a Vkontakte-n (jobb oldal) megjelent tartalmak és a hozzájuk kapcsolt érzések

Látható, hogy míg a Facebookon negatív érzelmi kontextusban (bal oldalt világosabb színnel) szerepelnek a népszavazás illegitimitására („illeg-” kezdetű), a rendőrségre és rendőrökre („police-” kezdetű) és az erőszakra („violence-” kezdetű) utaló szavak, az orosz gyökerű platformon megjelenő említésekben minden főbb kulcsszó semleges kontextusban szerepel, sőt, az erőszakra tett utalások nem is kerültek be a főbb kulcsszavak körébe.

## Konklúzió

Esettanulmányoknál mindig számolni kell azokkal a korlátokkal, miszerint egy-egy elszigetelt eset vizsgálatából nehéz általános következtetéseket levonni, illetve, hogy az elemzendő esetek kiválasztásában kutatói vagy támogatói elfogultságok érvényesülnek. Az eredmények a tudományos kutatásokban érvényesülő nyugati dominancia kimutatása tekintetében összhangban vannak a kortárs tudományometriai kutatások eredményeivel, voltaképpen az adatokon alapuló várakozásaink sikeres, megerősítő eredményű teszteléséről tudunk beszámolni egy specializált részterületen. Nincs még elegendő adatunk ahhoz, hogy a tudományos indexáló szolgáltatások tulajdonosi szerkezetében bekövetkezett közelmúltbeli változások hatását kutassuk, így a 2016-os 3 hónap (mely a Web of Science-nek a Clarivate Analytics alá kerülését takarja a vizsgált időszak végén) külön kezelésétől eltekintünk – az eltekintés azért is indokolt, mert az ekkor publikált cikkek korábban íródtak és korábban is fogadták el azokat publikálásra. A tudományos kommunikációs platformok vizsgálata során a népszavazások és a média kapcsolatára fókuszáló kutatásoknál a CEE régió zárványosodásáról számolhatunk be, mind a társ szerzői hálózatok, mind a megcélzott folyóiratok és presztízsük tekintetében. A 2017. október 1-én megtartott katalán függetlenségi népszavazás említésanalízise megmutatta, hogy a tudományos platformokhoz képest az internetes médiaplatformokon nem egyszerűen nyugati, hanem egyesült államokbeli túlsúly mutatható ki, az említések száma és elérése tekintetében egyaránt. A Facebook, a YouTube, a Twitter és az Instagram mellett nem-nyugati, regionális szociális média platformok közül ebben a témában egyedül az orosz Vkontakte-n megjelent említések voltak mérhetőek, melyek hangvétele a Facebookos említésekhez képest semlegesebb volt a spanyol államnak a katalánok függetlenségét akadályozni kívánó intézkedéseivel, nyilatkozataival szemben.

## Irodalom

- Apperley, Thomas and Jussi Parikka, "Platform studies' epistemic threshold", *Games and Culture*, Vol. 13. (2018) Issue 4., pp. 349-369. <https://doi.org/10.1177%2F1555412015616509>
- Bhattacharjee, Yudhijit, "Citation impact. Saudi universities offer cash in exchange for academic prestige", *Science*, Vol. 334. (2011) Issue 6061., pp. 1344–1345. <https://doi.org/10.1126/science.334.6061.1344>
- Bogost, Ian and Nick Montfort, "Platform studies: Frequently asked questions", *Proceedings of the Digital Arts and Culture Conference*, Digital Arts and Culture, Irvine, 2009. <http://escholarship.org/uc/item/01r0k9br>
- Castells, Manuel, "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication*, Vol. 1. (2007) No. 1., pp. 238-266.
- Chen, Yimin, Niall J. Conroy and Victoria L. Rubin, "News in an online world: The need for an "automatic crap detector", *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, Vol. 54. (2015) Issue 1., pp. 1–4. <https://doi.org/10.1002/pr2.2015.145052010081>
- DeNardis, Laura and Andrea M. Hackl, "Internet control points as LGBT rights mediation", *Information, Communication & Society*, Vol. 19. (2016) Issue 6., pp. 753–770. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1153123>
- Denver, David, "Voting in the 1997 Scottish and Welsh devolution referendums: information, interests and opinions", *European Journal of Political Research*, Vol. 41. (2002) Issue 6., pp. 827–843. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.00034>
- de Vreese, Claes and Holli Semetko, *Political Campaigning in Referendums. Framing the Referendum Issue*, Routledge, New York, 2004.
- de Vreese, Claes H. and Andreas R.T. Schuck, "Political communication in referendums", in: Carsten Reinemann (ed.), *Political Communication*, De Gruyter, Berlin, 2014, pp. 129–150.
- Diel, Stan, "New Media, Legacy Media and Misperceptions Regarding Sourcing", *KOME – An International Journal of Pure Communication Inquiry*, Vol. 5. (2017) Issue 1., pp. 104–120. <https://doi.org/10.17646/KOME.2017.17>
- Eurostat, *GDP and main components [nama 10 gdp]*, Eurostat, 2017. [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_gdp&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_gdp&lang=en)
- Gillespie, Tarleton, "The politics of platforms", *New Media & Society*, Vol. 12. (2010) Issue 3., pp. 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gwynn, Jessica, "Mark Zuckerberg: Facebook Fake News Didn't Sway Election", *USA Today*, 11 November 2016. <https://eu.usatoday.com/story/tech/news/2016/11/10/mark-zuckerberg-facebook-fake-news-didnt-sway-election/93622620>
- Hallin, Daniel C., "Neoliberalism, Social Movements and Change in Media Systems in the Late Twentieth Century", in David Hesmondhalgh and Jason Toynbee (eds.), *The Media and Social Theory*, Routledge, New York, 2008, pp. 43–58.
- Hardt, Michael and Antonio Negri, *Empire*. Harvard University Press, Cambridge, London, 2000.
- Holloway, John. *Change the world without taking power. The meaning of revolution today*. Pluto Books, London-Sterling, 2002.
- Elkink, Johan A. and Richard Sinnott, "Political knowledge and campaign effects in the 2008 Irish referendum on the Lisbon Treaty", *Electoral Studies*, Vol. 38. (2015), pp. 217-225. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2015.02.003>
- Entman, Robert M., "Local competition: Options for action: A report on the eighth annual Aspen conference on telecommunications policy", Aspen, CO, August 8–12, 1993.
- Eurobarometer, *Eurobarometer Standard Report, 2012. Media Use in the European Union*. European Commission, 2012. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb78/eb78\\_media\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb78/eb78_media_en.pdf)
- Hvistendahl, Mara, "China's publication bazaar", *Science*, Vol. 342. (2013) Issue 6162., pp. 1035–1039. <https://dx.doi.org/10.1126/science.342.6162.1035>

- Jin, Dal Yong, "The construction of platform imperialism in the globalization era", *TripleC*, vol. 11. (2013) Issue 1., pp. 145-172. <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i1.458>
- Jin, Dal Yong, *Digital Platforms, Imperialism and Political Culture*. Routledge, New York-London, 2015.
- Jowett, Garth S. and Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion* 6(th.ed.), Sage, London, 2015.
- Just, Marion, Ann Crigler, Panagiotis Metaxas and Eni Mustafaraj, "'It's Trending on Twitter'-An Analysis of the Twitter Manipulations in the Massachusetts 2010 Special Senate Election", APSA 2012 Annual Meeting, 2012.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID2136122\\_code333903.pdf?abstractid=2108272&mirid=1](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2136122_code333903.pdf?abstractid=2108272&mirid=1)
- Khaldarova, Irina and Mervi Pantti, "Fake News: The narrative battle over the Ukrainian conflict". *Journalism Practice*, Vol. 10. (2016) issue 7., pp. 891-901.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1163237>
- Larivière, Vincent, Stefanie Haustein and Philippe Mongeon, "The Oligopoly of Academic Publishers in the Digital Era", *PLoS ONE*, Vol. 10. (2015) Issue 6., e0127502.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0127502>
- LeDuc, Lawrence, *The Politics of Direct Democracy: Referendums in Global Perspective*, Broadview, Peterborough, 2003.
- Meraz, Sharon, "Using time series analysis to measure intermedia agenda-setting influence in traditional media and political blog networks", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 88., (2011) Issue 1., pp. 176-194. <https://doi.org/10.1177/107769901108800110>
- Mouton, Johann, "Predatory Publishing in South Africa: Scale and Challenges", presentation, 26 June 2017. [http://postgradenvironments.com/wp-content/uploads/2017/10/Mouton-2017-Predatory-publishing-in-South-Africa\\_Scale-and-challenges\\_June-2017\\_SU\\_J....pdf](http://postgradenvironments.com/wp-content/uploads/2017/10/Mouton-2017-Predatory-publishing-in-South-Africa_Scale-and-challenges_June-2017_SU_J....pdf)
- Mustafaraj, Eni and Panagiotis Metaxas, "From obscurity to prominence in minutes: Political speech and real-time search", *WebSci 2010: Proceedings of the WebSci10 - Extending the Frontiers of Society On-Line* (26-27 April 2010, Raleigh, USA), Wellesley College Digital Scholarship and Archive, Raleigh, 2010. <https://repository.wellesley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=computersciencefaculty>
- Mustafaraj, Eni and Panagiotis Metaxas, "The Fake News Spreading Plague: Was it Preventable?", *WebSci '17 Proceedings of the 2017 ACM on Web Science Conference* (25-28 June 2017, Troy, USA), ACM, New York, 2017. pp. 235-239. <https://dx.doi.org/10.1145/3091478.3091523>
- Nunez, Michael, "Want to know what Facebook really thinks of journalists? Here's what happened when it hired some", *Gizmodo.com*, 3 May 2016a.  
<http://gizmodo.com/want-to-know-what-facebook-really-thinks-of-journalists-1773916117>
- Nunez, Michael, "Former Facebook Workers: We Routinely Suppressed Conservative News", *Gizmodo.com*, 9 May 2016b. <https://gizmodo.com/former-facebook-workers-we-routinely-suppressed-conser-1775461006>
- Putnam, Robert D., *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York, 2000.
- Qin, Jie, "Hero on Twitter, Traitor on News. How social media and legacy news frame Snowden", *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 20. (2015) Issue 2., pp. 166-184.  
<https://doi.org/10.1177/1940161214566709>
- Savage, Daniel, "Savage Love: Do the Santorum", *Thestranger.com*, 29 May 2003. <https://www.thes-tranger.com/seattle/SavageLove?oid=14422>
- Schou, Jannick, and Johan Farkas, "Algorithms, Interfaces, and the Circulation of Information: Interrogating the Epistemological Challenges of Facebook", *KOME – An International Journal of Pure Communication Inquiry*, Vol. 4. (2016) Issue 1., pp. 36-49.  
<https://dx.doi.org/10.17646/KOME.2016.13>
- Schuck, Andreas R. T. and De Vreese, Claes H., "The Dutch No to the EU Constitution: Assessing the Role of EU Skepticism and the Campaign", *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*, Vol.

18. (2008) Issue 1., pp. 101–128. <https://doi.org/10.1080/17457280701858656>
- Siaroff, Allan, “The Decline of Political Participation: An Empirical Overview of Voter Turnout and Party Membership”, in Joan DeBardleben and Jon H. Pammett (eds.), *Activating the Citizen. Dilemmas of Participation in Europe and Canada*, Palgrave MacMillan, New York, 2009, pp.41–60.
- Silverman, Craig and Alexander Lawrence, “How Macedonian Spammers Are Using Facebook Groups To Feed You Fake News”, *BuzzFeed.com*, 8 November 2016a. <http://bzfd.it/2mzvCM0>
- Silverman, Craig and Alexander Lawrence, “How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News”, *BuzzFeed.com*, 3 November 2016b. <http://bzfd.it/2mC6tBm>
- Sinnott, Richard, Johan A. Elkink, Kevin O'Rourke and James McBride, *Attitudes and Behaviour in the Referendum on the Treaty of Lisbon. Report prepared for the Department of Foreign Affairs*, 2009. <https://www.ucd.ie/t4cms/Attitudes%20and%20Behaviour%20in%20the%20Second%20Referendum%20on%20the%20Treaty%20of%20Lisbon.pdf>
- Stempel, Carl, Thomas Hargrove and Guido H. Stempel, “Media use, social structure, and belief in 9/11 conspiracy theories”, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 84. (2007) Issue 2., pp. 353–372. <https://doi.org/10.1177/107769900708400210>
- Sunstein, Cass R., *On rumors: how falsehood spread, why we believe them, what can be done*, Farrar, Strauss and Giroux, New York, 2009.
- Suiter, Jane and Theresa Reidy, “It’s the campaign learning stupid: an examination of a volatile Irish referendum”, *Parliamentary Affairs*, Vol. 68. (2015) Issue 1., pp. 182–202. <https://doi.org/10.1093/pa/gst014>
- Terranova, Tiziana, “Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy”, *Social Text*, Vol. 18. (2000) Issue 2., pp. 33–58. [https://doi.org/10.1215/01642472-18-2\\_63-33](https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33)
- Tóth János, „Tematikus és térbeli minták a kortárs vallásszociológiai kutatásokban. 'A' kategóriás nemzetközi szociológiai folyóiratokban megjelent szakkikkek tematikai analízise (2010–2013)”, *Szociológiai Szemle*, 25. évf. (2015) 3. szám, pp. 52–82.
- Thomas, Adele, “African Academics Prey to (Academic Journal) Predators”, *Socialsciencespace.com*, 29 March 2016. <https://www.socialsciencespace.com/2016/03/african-academics-prey-to-academic-journal-predators>
- Valenzuela, Sebastian, “Unpacking the use of social media for protest behaviour: The roles of information, opinion expression, and activism”, *American Behavioral Scientist*, Vol. 57. (2013) Issue 7., pp. 920–942. <https://doi.org/10.1177/0002764213479375>
- Van Noorden, Richard, “Brazilian citation scheme outed”, *Nature*, Vol. 500. (2013) Issue 7464., pp. 510–511. <https://dx.doi.org/10.1038/500510a>
- Ware, Mark and Michael Mabe, *The STM report. An overview of scientific and scholarly journal publishing*, International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers, The Hague, 2012. [http://www.stm-assoc.org/2012\\_12\\_11\\_STM\\_Report\\_2012.pdf](http://www.stm-assoc.org/2012_12_11_STM_Report_2012.pdf)
- Weber-Wulff, Deborah, “Junk Journal ‘Metalurgia International’”, *Copy, Shake and Paste*, 30 December 2013. <https://copy-shake-paste.blogspot.hu/2013/12/junk-journal-metalurgia-international.html>
- Whiteley, Paul, Harold D. Clarke, David Sanders and Marianne M. Stewart, “Britain says No: voting in the AV ballot referendum”, *Parliamentary Affairs*, Vol. 65. (2012) Issue 2., pp. 301–322. <https://dx.doi.org/10.1093/pa/gsr043>

**Tóth János**, PhD a Kodolányi János Főiskola adjunktusa. Doktori fokozatát 2016-ban szerezte társadalmi kommunikációból. Oktatási tevékenysége az online- és mobilkommunikációhoz kötődik, főbb érdeklődési területei közé tartozik a kommunikációs folyamatok modellezése, a globalizáció-filozófia és a digitális médiumok.